

Philippe Deracourt

Master Celsa.

*Expertises : secteurs public et social,
numérique.*

Conférence du 12 décembre



LES JOURNEES DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE ET POLITIQUE

Du 11 au 14 Décembre 2006

Nouveaux défis de la communication publique à l'ère numérique : interactivité rime t-il avec proximité?

-Présentation d'une étude exclusive réalisée pour l'association Communication publique, sur l'influence d'internet sur le métier de dircom dans les collectivités territoriales.

Les images de la présentation sont à la suite du texte.

Participants :

15 participants. 3 villes, 7 conseils généraux, 3 établissements publics et 2 communautés

Blog de l'étude

<http://blog.communication-publique.fr/>

Association Communication publique

<http://www.communication-publique.fr>

Les nouveaux défis de la communication publique à l'ère numérique.

Par Philippe Deracourt

Le thème est très ample et, en fait, d'autres personnes vont en traiter différentes facettes pendant ces deux jours. Pour ce qui me concerne, je vais plutôt me centrer sur les problématiques « métiers » à partir de l'étude.

• Introduction

L'objectif de l'étude était de mettre en scène le regard que portent les directeurs de communication interrogés sur leurs pratiques professionnelles et sur l'évolution de leur métier, face à l'impact des technologies de l'information et de la communication, et en particulier d'internet.

Pour cette rencontre, il s'agit donc de nous interroger ensemble à partir de **l'énonciation par des directeurs de communication** de leurs pratiques et de leur métier (pour rappel, **163 réponses ont été recueillies et 16 entretiens réalisés**). Cette mise en mots, ce miroir renvoyé à une profession, reposent sur des données factuelles : **ce qu'ont dit les dircoms et qui est donc une part de la réalité, à côté de la réalité de la communication numérique elle-même.**

Chacun a pu disposer de ce travail, pourra s'y référer et le blog est aussi accessible avec des compléments utiles (étude Heymann,...). Vous pouvez vous y référer pendant cet échange. Aussi, je ne vais pas présenter l'ensemble des données recueillies, mais aborder quelques aspects qui nous intéressent particulièrement dans le cadre proposé : les dircoms et leurs équipes, leur regard sur leur internet, quelques questions qui me paraissent centrales. En essayant d'être un miroir avec le moins d'artéfacts possible.

- **Mon angle : comment les dircom se situent ?**

Deux grandes figures se dessinent aux deux bouts de l'échelle du risque :

- Le « **technophobe** » qui place le mot au dessus de la mêlée, issu du journalisme, évangéliste de la parole publique et qui considère que le web « n'est qu'un outil de plus » à sa disposition.
- Le « **technoparade** » qui voit bien que le net bouge des lignes, mais qui en délègue complètement la pensée à d'autres (DSI, prestataire, webmestre,...) tout en le considérant encore comme du papier glacé numérique sans voir les transformations du lien social induites par ce média et la convergence qu'il porte.

Et entre ces extrémités, un grand mouvement de recherche et de professionnalisation.

Il s'agit bien de figures de rhétorique, ces modèles de dircoms n'existent pas...

Il me paraît essentiel de préciser ce qui relève de deux aspects :

- Le rôle du **communicateur** (le professionnel de la communication) qui a en charge de produire de la communication pour l'institution (interne et externe) et qui a besoin aussi d'un système d'information performant.
- Les professionnels du service public, **communicants**, qui ont à intégrer une part de communication de plus en plus inhérente à chaque fonction au sein d'une collectivité et pour laquelle le communicateur a un rôle d'appui-conseil.

Quelques éléments posés par l'étude

La communication est repensée avec internet et pas seulement sur le net. Souvent le net est l'occasion, à un moment, de poser l'ensemble du système d'information.

La grande diversité de situations, de moyens et de taille des équipes internet (de plus de 6 à ...moins de un), permet cependant de dégager des tendances communes. Je retiendrai pour ma part que les dircoms affirment qu'internet permet d'améliorer la **productivité, l'efficacité, la réactivité et, fait notable, la créativité.**

- **Une grande faiblesse des intranets : enjeu du moment**

Et quand ils existent, la part de communication reste marginale. Le dircom a un rôle essentiel à jouer sur ces projets pour faire des intranets des leviers de la communication institutionnelle.

Cet intranet de communication permet aux fonctionnaires de se sentir impliqués par la politique de communication numérique à travers leur métier. Peu d'entre eux ont la possibilité de communiquer sur leur travail, leur relation avec les usagers. Aucun blog métier n'a été recensé. Le risque existe de voir les systèmes d'information centralisateurs des débuts de l'informatique perdurer et constituer des freins dans la période qui s'ouvre.

Cependant, il apparaît un mouvement en profondeur de mise en place de contributeurs, voire de responsables communication, dans les services. Les systèmes, dynamiques, favorisent l'appropriation du site par les différents acteurs locaux. Les DSI ont un rôle essentiel à jouer pour faciliter et favoriser cette démarche. Mais surtout ils doivent donner les clés de la maison commune qu'est l'intranet.

Face à l'ampleur des portails mis en œuvre, la (re) centralisation sur la dircom ne peut qu'affaiblir l'espace de la relation avec les citoyens. Ce qui impose de définir des modes d'organisation décentralisés et responsabilisés où la dircom est animateur, faiseur de sens, voir contrôleur, mais dans ce cas elle devra de plus en plus l'être à posteriori.

- **Comment on répond à la question : qui va parler au DSI ?**

Soit par le « webmestre », le couteau suisse capable de tout faire plus ou moins bien car on ne peut aujourd'hui tout faire bien. Soit par le « chargé de mission TIC ». Son rôle est très variable : chef de projet, conseiller, assistant MOA, démineur, ...Je pense que le dircom aussi doit parler au DSI. Pour une raison simple : ils doivent parler stratégie commune au service de la collectivité qu'ils servent.

Il semble nécessaire de relever **que 85 % des dircoms interrogés ne disposent pas d'une étude sur les TIC dans la collectivité.**

Peu connaissent l'analyse des statistiques de visites et très peu disposent d'un réel feed-back de l'usage des sites de leur collectivité.

En fait tout se passe comme si les services de communication avaient encore devant eux une problématique de positionnement stratégique sur la communication numérique : où va-t-on ? Comment et avec qui pour penser cette mise en place opérationnelle ?

Sans doute assiste-t-on à une accélération des questionnements envers les directions de la communication au travers du numérique.

Leur rôle de faiseurs de passerelles, facilitateurs de la mise en mots des services au public, chargés de projets transversaux, tend à prendre le pas sur la part de réactivité assumée par les journalistes internes et les services de presse. Quatre acteurs vont dominer à tour de rôle en fonction des moments : DSI, Dircom, DG, DRH. Accepter cette mobilité dans un leadership par projet paraît essentiel. Cependant la DG devrait rester le garant de l'intérêt général et des priorités.

- **Média, médiatisation, médiation : le rôle nouveau du dircom**

Le ressenti du bouleversement est réel, plus sans doute qu'il n'est énoncé par les dircoms eux-mêmes.

Ceux-ci ne sont plus en surplomb d'un discours institutionnel, légitimant, voire anoblissant la fonction. Nous sommes de plein pied

dans la médiation entre différents énonciateurs du territoire, dont l'institution n'est qu'un (important) d'entre eux. Le dircom devient animateur d'espace public, entre dans la mêlée, construit une parole partagée. C'est plus périlleux mais aussi riche d'ouvertures nouvelles. Internet devient alors autre chose qu'un simple « outil supplémentaire ou complémentaire » d'une information dénommée communication.

La période d'internet ouvre sur des expériences nouvelles où la praxis devient une des clés de la communication publique en quête de démocratie. L'usage du net fait émerger pratiques, expérimentations, réseaux sociaux, et appelle des réponses numériques institutionnelles, parmi d'autres.

Or, une tendance du web territorial est à la reconstruction d'une information en silos (pourtant fortement dénoncés par ailleurs), et justifiée car « nous agissons dans des contraintes extérieures à nous ».

Les entretiens confirment de la part des dircoms une certaine réticence à penser qu'internet peut créer de la relation interpersonnelle, de la médiation. Ils restent plutôt sur une culture marquée de l'éditorial, voire du marketing territorial. Cela vient-il de la perception qu'ils ont de l'outil, ou bien de la conception qu'ils ont de la place et du rôle de l'institution ? Ou bien également de la diversité des institutions ?

- **Le numérique impose-t-il sa raison ?**

La rapidité des évolutions est une question majeure à laquelle la fonction publique et la société n'ont jamais été confrontées à cette échelle. Si la crainte justifiée d'une communication techniciste est bien présente, le risque existe cependant d'un développement d'une raison numérique reproduisant des rouages administratifs en dehors des communicants.

Face à un poids technologique grandissant, le nouveau est aussi dans l'aspiration technologique des populations. Mais multiplier la vidéo en ligne peut aussi ressembler à de la télé réalité.

Les dircoms sont-ils entrés en résistance contre un système de principes qui règlemente à priori la pensée ? Cette « raison numérique » qui tisse un nouveau lien en imprégnant l'altérité, le collectif et la réciprocité des pratiques mises en œuvre. Elle leur impose de nouvelles temporalités, privilégie la science de l'expert et la rigueur de la procédure. Elle requiert des compétences spécifiques des utilisateurs.

N'est-ce pas aussi vers une aspiration à une pause dans la course au déploiement des TIC que s'orientent les dircoms qui affirment vouloir recentrer leur site sur les missions premières de leur institution et l'information ? Tandis que d'autres voudraient explorer tout de suite tous les chemins ouverts.

- **L'utilisateur remplace le citoyen ; le citoyen remplace le citoyen.**

Seulement 5 % des dircoms jugent très bons l'administration en ligne et le dialogue avec la collectivité. Or internet se veut justement un moyen d'échange à nul autre pareil pour s'affranchir de l'espace et de la temporalité. Mais c'est aussi « la faute aux autres ».

L'autre décrochage survient avec les caractéristiques médiatiques propres à internet (forums, chat, vidéo,...) jugées très bonnes sur leurs sites par 3 à 4 % seulement des répondants.

L'administration électronique a besoin de communication ! La fracture numérique est d'abord une fracture sociale et culturelle. Et comme le constate Paul Guédon, nous assistons à une « dilution des institutions sur la toile, pour les jeunes en particulier. Comment s'y retrouver, où chercher ? D'où la première mission d'un dircom : la pédagogie sur l'usage de l'administration électronique ».

De plus en plus l'offre de services en lien avec l'Etat permet d'asseoir une légitimité institutionnelle. Sans nier l'intérêt réel de ce

développement, les communicants peuvent contribuer à remettre plus en phase la communication numérique des territoires avec les énonciations politiques sur la démocratie. Pascal Robert détricote les fils de ce risque de glissement de la prérogative politique vers les TIC dans son livre « La logique politique des technologies de l'information et de la communication ».

Nous pouvons arriver au paradoxe d'un citoyen de plus en plus traité comme un usager, voire en simple consommateur de services (publics?), alors qu'internet promettait l'arrivée d'une nouvelle ère de citoyenneté comme allant de soi.

Les enjeux semblent suffisamment importants pour ne pas déléguer aux prestataires tout ce qui concerne internet. Les dircoms ont un rôle essentiel à jouer en interne comme en externe pour permettre au citoyen d'investir internet en tant que sujet, objet et partenaire de la communication publique. Les spécialistes du net, en montrant les possibles technologiques, participent de ce questionnement.

- **La démocratie entre communication et électronique ?**

La confiance dans l'institution peut-elle être renforcée avec internet ? La quête porte sur les quatre degrés de la démocratie participative locale : information, consultation, concertation, participation. Ajouter un e devant démocratie n'est-il pas une fausse piste ? Une des caractéristiques d'internet est sa capacité à mettre en communication nouvelle des individus entre eux ou avec l'institution, mais c'est aussi de reproduire des systèmes dominants de rapports sociaux. Plus d'administration, fusse-t-elle électronique ne signifie pas forcément plus de démocratie. Le rôle du dircom devient alors central dans ces problématiques de démocratie territoriale. Il semble par exemple que les TIC (blogs, mini-sites,..) déployées autour de projets de territoires sont particulièrement efficaces.

Les technologies de l'information et de la communication participent à remettre au centre la question de la démocratie (et aussi ses insuffisances et dévoiements), et le dircom a donc besoin de revisiter son action en permanence, sachant que ces TIC ne sont pas LA solution à la crise de représentation. Mais, par contre, un mauvais usage de ces techniques peut l'aggraver.

- **Le dircom 2.0...et demi**

Les dircom ont encore, plus qu'hier, à proposer aux acteurs de leur territoire une politique globale de communication, allant bien au-delà de la seule communication de l'institution. Ils s'engagent à le faire en tant que médiateur, sans céder aux sirènes du centralisme ou de la cybernétique, sans vouloir forcément être ce centre mais plus un connecteur de pensées, un faiseurs de passerelles entre les hommes. Cette communication de praxéologie sera peut-être -est déjà ?- un des piliers du renouveau de la démocratie.

Ce rôle nouveau du dircom est de mieux en mieux pensé dans une nouvelle définition de ses missions lorsque l'un d'entre eux l'exprime ainsi : « Le Web doit foisonner. L'attitude du communicant c'est de proposer. Le Web c'est avant tout une pratique, un autre rapport social ».

Quelques questions qui apparaissent fortement emblématiques des enjeux à venir, comme la démocratie locale, les politiques TIC, la place du citoyen et/ou de l'utilisateur, l'évolution d'internet et du métier de communicant vers le multimédia et la médiation par exemple. Nous sommes bien sur le terrain de l'innovation, numérique, mais pas que numérique.

Travailler avec d'autres, c'est aussi se confronter à cette praxis qui entre souvent par l'outil mais peut transformer des usages sans qu'on en prenne la mesure et le sens. Le professionnalisme des dircom a donc besoin de cette collaboration/confrontation permanente. Les DSI

et divers prestataires ne peuvent plus assurer un (contre)pouvoir par la technique. Un dircom me disait « les logiciels libres, c'est la prise du pouvoir par les DSI ».

La période que nous traversons s'affirme comme celle de la construction d'un modèle de dircom stabilisé autour de quelques principes partagés par la profession : part d'autonomie, au service premier de l'institution, déontologie et sens de l'intérêt général. Internet est peu ou prou au centre des mises en tension au quotidien de ces principes.

Alors que le **cinquième pouvoir**, représenté il y a peu par les ONG, est aujourd'hui identifié sur internet, le dircom se trouve au carrefour des tensions de la démocratie territoriale. Du cinquième pouvoir à la cinquième colonne, il y a un pas qui peut vite être franchi dans les représentations collectives. D'ailleurs, pour reprendre le titre d'un ouvrage de l'AFCAP, a-t-il pour tâche d'**influencer la démocratie ou de démocratiser l'influence** à l'ère d'internet ?

Pour chacun d'entre eux, la professionnalisation enclenchée il y a bon nombre d'années connaît une nouvelle phase qui sera durable. Si l'axe généraliste reste essentiel, la culture de ce nouveau média doit permettre « d'accumuler du professionnalisme ». « Tuteur, pédagogue, animateur, innovateur », sont autant de qualificatifs qui lui sont adjoints, en particulier pour illustrer les attentes qu'il concentre sur sa personne pour le développement des usages d'internet, en interne et en externe. En conclusion, je dirai que pour bien faire faire l'internet, le dircom a besoin de penser l'internet, et pas seulement de le faire penser à d'autres.

Les nouveaux défis de la communication publique à l'ère numérique.

***Commentaires sur une étude
Philippe Deracourt***

Etude réalisée début 2006
(données de fin 2005)
pour l'association
Communication publique

**Le directeur de communication
et internet dans les
collectivités territoriales**
Quelle influence sur le métier ?

Communication Publique.

En partenariat avec



Et le soutien de

**Acteurs
publics**
www.acteurspublics.com

Etude réalisée par **Philippe Deracourt** pour l'association *Communication publique*,
Master **Celsa** en communication et information numériques
<http://philippederacourt.blogspot.com/>

janvier 2007

Le directeur de communication et internet dans les collectivités territoriales

Le blog de l'étude 2006 édité par l'association Communication publique



L'auteur

Philippe Deracourt
Son blog ou lui écrire

**Rencontre -
séminaire**
mercredi 15
novembre 2006
-14h30-17h30

**LA COMMUNICATION
TERRITORIALE
REPENSEE AVEC
INTERNET** : Quels
changements dans les
fonctions, les métiers et
les relations avec le
public?

->**organisée par** :
Communication publique,
ARTESI Île-de-France,
Association des Maires
d'Île-de-France avec les
partenariats de Villes
internet, de la Caisse des
Dépôts, du CNFPT et le
soutien de " Acteurs
publics"

->**Lieu**: Conseil régional
d'Île de France Salle Paul
Delouvrier, 65 rue de
Babylone - Paris 7ème

->**Information &
inscription**
Communication
publique ou **Artesi**

Télécharger le

19 mai 2006

Présentation

Cette étude est maintenant en accès libre
sous conditions *



. Elle est accessible en ligne ci-dessous ou **téléchargeable en Pdf.**

Une **édition papier** est également disponible contre remboursement auprès du **secrétariat** de l'association. Une **synthèse** a été réalisée.

Nous vous invitons à **proposer une contribution** ou à poster un **commentaire** à la fin de ce sommaire. N'hésitez pas, si vous le souhaitez, à faire connaître cette étude, à l'utiliser pour vos publications (les conditions * en sont précisées ci-dessous) et à la faire commenter.

* En savoir plus sur les conditions : **Licence Creative Commons** (objet non commercial, citer la source, l'association et l'auteur).

L'étude en ligne

Merci à...

Avant lire

Méthodologie

- Le questionnaire en ligne
- Les entretiens avec des dircoms
- Les entretiens avec des observateurs
- Un blog coopératif

A. Le questionnaire en ligne

1. Ces professionnels qui font la communication publique territoriale.

- Qui sont-ils ?
- Qui fait quoi dans les services de communication ?
- Les ressources sont d'abord humaines
- Quand le dircom s'en mêle
- Les gagnants : productivité, efficacité, réactivité, créativité

2. Se former, former, échanger

- Se former



L'étude intégrale (Pdf, 88 pages, 2,1 Mo) à **télécharger ici**

L'étude imprimée est disponible auprès de **l'association** (envoi contre remboursement).

La synthèse de l'étude (Pdf) est à **télécharger ici**

CNFPT Fiches et référentiels métiers

- 1) Directeur de la communication
- 2) Chargé de communication
- 3) Chargé de publication
- 4) Créateur graphique
- 5) Photographe vidéaste
- 6) Webmestre

APEC, Fiches métiers

Directeur communication

Questions évoquées:

- Technophobe et technoparade
- Une grande faiblesse des intranets
- Comment on répond à la question : qui va parler au DSI ?
- Média, médiatisation, médiation : le rôle nouveau du dircom
- Le numérique impose-t-il sa raison ?
- L'utilisateur remplace le citoyen ; le citoyen remplace le citoyen.
- La démocratie entre communication et électronique ?
- Le dircom 2.0...et demi

En guise d'ouverture au débat :

« Pour bien faire faire l'internet, le dircom a besoin de penser l'internet, et pas seulement de le faire penser à d'autres. »

Quelques lectures de partis-pris:

- ***Politique, communication et technologies, mélanges en hommage à Lucien Sfez***, sous la direction de Alain Gras et Pierre Musso , Paris, PUF, 2006.
- ***La logique politique des technologies de l'information et de la communication***, Pascal Robert, I@byrinthes, Paris, PUB, 2005.
- ***Influencer la démocratie, démocratiser l'influence***, sous la direction de Xavier Delacroix, Paris, AFCAP, 2006.
- ***La révolte du pronétariat, des mass média aux médias des masses***, Joël de Rosnay, Paris, Fayard, 2006.
- ***Le nouveau pouvoir des internautes***, Hussner, Carrasco, Paris, Timée-édition, 2006.

Et pour justifier mon amour de PowerPoint:

- ***Devenez beau, riche et intelligent, avec PowerPoint, Excel et Word***, Rafi Haladjian, Paris, Eyrolles, 2005.

Contacts et documents complémentaires:

Blog de l'étude

<http://blog.communication-publique.fr/>

Association Communication publique

<http://www.communication-publique.fr>



Philippe Deracourt

06.72.97.04.37

Courriel : pderacourt@wanadoo.fr

Blog : <http://philippederacourt.blogspot.com/>